



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Deliberação

ERC/2024/571 (PUB-TV)

Tempo reservado à publicidade e inserção de publicidade e comunicações comerciais audiovisuais no serviço de programas TVI – Televisão Independente, S.A. - Infrações relativas à inserção de publicidade e comunicações comerciais audiovisuais no serviço de programas TVI, do operador TVI – Televisão Independente, S.A., referente ao 2.º trimestre de 2024 (semana 16 – 15 a 21 de abril) – Artigo 40.º e seguintes da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido

Lisboa
18 de dezembro de 2024

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação ERC/2024/571 (PUB-TV)

Assunto: Tempo reservado à publicidade e inserção de publicidade e comunicações comerciais audiovisuais no serviço de programas TVI – Televisão Independente, S.A.
- Infrações relativas à inserção de publicidade e comunicações comerciais audiovisuais no serviço de programas TVI, do operador TVI – Televisão Independente, S.A., referente ao 2.º trimestre de 2024 (**semana 16 – 15 a 21 de abril**)
– Artigo 40.º e seguintes da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido

1) Factos

- 1.1. A Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) tem por competência, nos termos das alíneas b) e c), do n.º 3, do artigo 24.º, dos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, «[f]azer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos publicitários (...)», nas matérias cuja competência não se encontre legalmente conferida a outras entidades, e «[f]iscalizar o cumprimento das leis, regulamentos e requisitos técnicos aplicáveis no âmbito das suas atribuições».
- 1.2. No exercício de tais competências, a ERC procede regularmente à verificação das emissões dos operadores de televisão, com vista a assegurar o respeito pelas normas reguladoras da respetiva atividade, consagradas na Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pelas Leis n.º 8/2011, de 11 de abril e n.º 40/2014, de 9 de julho, (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, doravante LTSAP).
- 1.3. Assim, foi efetuada a análise das emissões do serviço de programas *TVI*, detido pelo operador TVI – Televisão Independente, S.A., no segundo trimestre de 2024, sendo a amostra relativa às semanas 16 (15 a 21), 21 (20 a 26) e 26 (24 a 30), de 2024.
- 1.4. Da referida análise, observou-se o pleno cumprimento das disposições relativas ao tempo reservado à publicidade (artigo 40.º da LTSAP).

1.5. Todavia, no que concerne as regras de inserção de colocação de produto, cuja monitorização incidiu especificamente na visualização de gravações da **semana 16 (15 a 21 de abril de 2024)**, ressaltaram diversas situações passíveis de configurar eventual irregularidade do **artigo 41.º -A (Colocação de produto e ajuda à produção)** da Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho e que se resumem e ilustram nos anexos juntos à presente deliberação (**Anexos I e II**).

2) Enquadramento legal

2.1. Os artigos 40.º e seguintes da LTSAP definem as regras aplicáveis à inserção de publicidade televisiva e outras comunicações comerciais audiovisuais.

2.2. Assim, o artigo 41.º - A desta lei estabelece as regras para a “Colocação de Produto”, que se pode definir como:

«a comunicação comercial audiovisual que consiste na inclusão ou referência a um bem ou serviço, ou à respetiva marca comercial, num programa ou num vídeo gerado pelos utilizadores, a troco de pagamento ou retribuição similar», nos termos do artigo 2-º, alínea d) da LTSAP.

2.3. A colocação de produto em programa televisivo deve surgir identificada, em conformidade com o disposto no n.º 6 do artigo 41.º-A que estabelece que:

«[o]s programas que contenham colocação de produto, quando produzidos ou encomendados pelo operador de televisão ou pelo operador de serviços audiovisuais a pedido que procede à respectiva difusão ou, ainda, por uma sua filial, devem ser adequadamente identificados no início, no fim e aquando do seu recomeço após interrupções publicitárias”.

2.4. Importa ainda realçar, nos termos do mesmo artigo, que:

«3. [A] colocação de produto não pode influenciar os conteúdos e a sua organização na grelha de programas, no caso dos serviços de programas televisivos, ou no catálogo, no caso dos serviços audiovisuais a pedido, de modo que afete a responsabilidade e a independência editorial do operador de televisão ou do operador de serviços a pedido.

4 - Os programas que sejam objecto de colocação de produto não podem encorajar directamente à compra ou locação de produtos ou serviços, nomeadamente através de referências promocionais específicas a esses produtos ou serviços.

5 - A colocação de produto não pode conceder relevo indevido a produtos, serviços ou marcas comerciais, designadamente quando a referência efectuada não seja justificada por razões editoriais, ou seja, susceptível de induzir o público em erro em relação à sua natureza, ou ainda pela forma recorrente como aqueles elementos são apresentados ou postos em evidência».

2.4. No entanto, após a análise da programação, considera-se que na **semana 16 – de 15 a 21 de abril de 2024**, 3 (três) dos programas transmitidos que contêm colocação de produto, não observam o regime jurídico previsto na referenciada disposição legal (n.ºs 3 a 5 do artigo 41.º-A), na medida em que as referências aos produtos e marcas em questão não se parecem coadunar com os limites previstos na lei.

2.5. Nesse sentido, o operador foi convidado a pronunciar-se sobre os termos do cumprimento das regras aplicáveis à colocação de produto nos programas “Dois às 10” (18 de abril) “Festa é Festa” (18 de abril) e “Big Brother” (19 de abril).

3) Pronúncia do operador

3.1. Na sequência da notificação (e respetivo aditamento)¹, o operador de televisão TVI – Televisão Independente, S.A. apresentou esclarecimentos sobre as questões suscitadas pela ERC².

3.2. Em suma, a TVI vem referir que:

- A tipologia de programas em referência «permite claramente a existência de comunicações comerciais audiovisuais sob a forma de colocação de produto ou ajudas à produção» - os programas identificados (“Dois às 10”, “Big Brother” e

¹ Of.º N.º SAI-ERC/2024/9168 de 24 de outubro de 2024 e Of.º N.º SAI-ERC/2024/9557 de 12 de novembro de 2024

² Ofício de 14 de novembro de 2024.

“Festa é Festa”) incluem «necessariamente essas tipologias de comunicações comercial audiovisual, sendo as mesmas operacionalizadas com total independência editorial e adequadas em função dos conteúdos previamente definidos ou dos contextos da narrativa, respeitando e adequando-se às necessidades identificadas para os respetivos programas»;

- Nos casos objeto de referência pela ERC «as marcas, produtos ou serviços incluem-se perfeitamente no âmbito dos conteúdos definidos editorialmente e não parece existir qualquer relevo que possa ser classificado como indevido ou excessivo, nem referências ou planos que não possam se justificados pela própria natureza dos programas ou pela sua forma de realização»;

- Pelo que a ERC deverá ter em consideração «a configuração, características e posicionamento editorial» dos programas de entretenimento, realizados em direto, ocupando grande parte da grelha de programação e que dependem «em grande medida, do poder comunicacional e de improviso dos seus apresentadores». A realização e a escolha dos planos de filmagem é feita em direto e, de forma independente, pela equipa da realização «que utiliza o que no momento considera mais relevante e apelativo graficamente para compor a emissão»;

- No caso dos programas de ficção, como é o caso de “Festa é Festa” o mesmo não foi produzido nem realizado diretamente pela TVI, mas por produtora audiovisual externa;

- Considera que deu cumprimento ao disposto na lei;

- Por fim, alude à «ausência de concretização de factos atribuíveis à direção de programação da TVI» e indica que a pronúncia apresentada não substitui o direito de audiência prévia face a eventual projeto de decisão.

4) Análise e fundamentação

- 4.1. Os programas supra identificados - resumidos na figura 1 (**Anexo I**) para melhor conveniência – apresentam “colocação de produto”, conforme resulta da sinalética identificada.
- 4.2. Realça-se, desde já, que não se questiona a possibilidade de utilização desta forma de comunicação comercial audiovisual nos programas identificados, em face da sua natureza e classificação, nos termos do disposto no referenciado artigo 41.º- A, não se tratando de programas de atualidade informativa, relativos a assuntos dos consumidores, programas religiosos ou programas infantis.
- 4.3. No entanto, a sua utilização, nos termos da LTSAP, encontra-se limitada, nos termos acima transcritos.
- 4.4. Pelo que se afigura útil verificar os termos da sua utilização nos programas em referência. 4.5. Assim, as referências identificadas, em cada um desses programas, podem ser descritas nos seguintes termos.

“Fermento Royal”

- i) O produto *“Fermento Royal”* é objeto de várias referências no programa *“Dois às 10”*, transmitido no dia **18 de abril de 2024**, na parte da manhã (o programa foi transmitido entre as 9h54 e as 12h55 horas), mais precisamente, no âmbito de rubrica culinária, na qual se preparava a confeção de um bolo. O programa *“Dois às Dez”* trata-se de um programa de entretenimento (*Talk Shows*), que engloba várias rubricas, sendo transmitido em direto. A rubrica em referência, na qual se preparou um bolo, decorreu ao longo do programa (destacando-se os intervalos de tempo dedicados à preparação do bolo, que decorreram entre os 21m40s e os 27m35s, entre os 32m54s e os 33m17s, e entre os 47m55s e os 51m16s, do programa).

Assim, identificam-se as seguintes referências (conforme ilustrado no Anexo II que se junta):

- O produto em questão ("*Fermento Royal*") surge em vários planos, ocupando, alguns deles, a totalidade do ecrã (embalagem do produto);
- Pode ler-se, em oráculo, durante a transmissão, referências alusivas ao mesmo, como seja, a título de exemplo: «Com fermento "*Royal*" os bolos ficam mais fofos e macios»;
- O apresentador do programa faz referências diretas ao "*fermento Royal*": «Se dúvidas existissem sobre a qualidade *Royal* deixaram de existir quando eu mostro isto».

São assim incluídas referências promocionais específicas a estes produtos, com relevo indevido, isto é, sem justificação editorial e de forma a confundir o telespectador sobre a sua natureza.

Pelo que se considera que existem indícios da violação do disposto nos n.ºs 4 e n.º 5 do artigo 41.º-A.

"Plano de saúde "Auchan"

- ii) O "plano de saúde "Auchan" é objeto de referência no programa "**Festa é Festa**" transmitido no dia **18 de abril** (entre as 22h57 e as 23h41). O programa "Festa é Festa" (novela) trata-se de um programa de ficção (destacando-se o realce do produto identificado, entre os 25m58s e os 26m24s e os 27m39s, do programa).

Assim, identificam-se as seguintes referências (conforme ilustrado no Anexo II que se junta):

- Através de plano de filmagem que reproduz o ecrã de computador de uma das personagens: a imagem transmitida respeita a uma mensagem publicitária ao plano de saúde Auchan, ocupando quase a totalidade do ecrã, onde se pode ler: «Auchan cuida» / «vídeo consultas» / «Porquê escolher Auchan cuida». São ainda mostradas imagens relativas a vários serviços relativos a esse plano;

- O “diálogo” da personagem inclui ainda referências expressas e positivas ao mesmo plano de saúde, no âmbito da encenação em curso. Nesse sentido, ao 18m37s após o início do programa, a mesma personagem, sentada em frente ao computador, onde surge a imagem do Plano Auchan, diz: «Isto parece interessante». Em seguida, a personagem lê a frase visível no ecrã: «video consultas de clínica geral ilimitadas», seguindo-se as seguintes afirmações: «Isto pode ajudar os habitantes de/Ok, pode ser uma opção/Auchan cuida».

São assim incluídas referências promocionais específicas a estes produtos, com relevo indevido, isto é, sem justificação editorial e de forma a confundir o telespectador sobre a sua natureza.

Pelo que se considera que existem indícios da violação do disposto nos n.ºs 4 e n.º 5 do artigo 41.º-A.

“Big Brother”

iii) “Big Brother” – No âmbito da edição do “Big Brother-Extra” transmitido **no dia 19 de abril** (emitido entre as 19h07 e as 19h54), destacam-se várias referências aos produtos e marca

“Panténe”. No programa em questão (*Reality show*), destacam-se as referências a produtos/marca “Panténe” (entre os 20m24s e os 22m27s do programa).

Assim, identificam-se as seguintes referências (conforme ilustrado no Anexo II que se junta):

- São mostradas imagens que demonstram a utilização de produtos “Panténe”, num cenário que reproduz um cabeleireiro, os produtos são filmados junto aos concorrentes que os seguram, observando-os;
- São feitas afirmações promocionais/elogiosas de tais produtos. A título de exemplo, em voz *off* (apresentadores do programa) pode ouvir-se: «A Panténe acaba de lançar a nova coleção molecular *Bond Repair*»; ou

«Sejam bem-vindos ao espaço Panténe./ O vosso cabelo vai deixar de ser o que era/Será uma verdadeira transformação»;

- Durante a colocação dos produtos, uma vez mais, a título de exemplo, pode ouvir-se a seguinte afirmação, através de 3 vozes consecutivas: «o condicionador intensivo» (voz de concorrente), seguindo-se a afirmação «Bond repair» (voz off/apresentação) e ainda «para danos severos» (outra voz off/apresentação);

- Também os concorrentes fazem afirmações relativas à marca e produtos: «Ai que delícia/Obrigada Panténe/»; «Deixa o cabelo mesmo muito solto».

- É ainda dado enfoque ao cenário do programa, alusivo à marca, através de imagens que permitem visualizar a colocação de cartazes e afixação de outros suportes promocionais, na parte exterior do recinto onde tem lugar parte do programa.

A narrativa dessa edição do programa assenta, em grande parte, no evento relativo à “Panténe”.

Sublinha-se que não está aqui em causa a liberdade editorial do operador (como seja a que respeite ao desenho das atividades a desenvolver/tarefas/rubricas, quer através da sua própria produção ou por via de terceiros) nem as especificidades de um programa “em direto”. O que suscita dúvidas sobre o cumprimento da lei – para além das referências promocionais específicas à marca e produtos, e o seu relevo indevido, isto é, sem justificação editorial e de forma a confundir o telespectador sobre a sua natureza - é a construção de uma narrativa para o programa, assente na marca Panténe, o que desvirtua a natureza do programa.

São assim incluídas referências que conferem relevo indevido a estes produtos e que apresentam carácter promocional, podendo ainda equacionar-se em que medida essa inserção (colocação de produto) não condicionou o desenho da encenação apresentada, nessa emissão.

Pelo que se considera que existem indícios da violação do disposto nos n.ºs 3 a n.º 5 do artigo 41.º-A.

- 4.5. Em suma, nas situações descritas, o destaque dos produtos/marcas identificados (referências visuais e afirmações), nos programas em referência (“Dois as 10”, “Festa é Festa” e “Big Brother”, transmitidas nos dias 18 e 19 de abril de 2024) coloca em causa o cumprimento das proibições estabelecidas nos n.º 3 e n.º 4 do artigo 41.º-A, realçando-se a inclusão de referências promocionais específicas e sem justificação do ponto de vista editorial, podendo confundir o telespectador sobre a sua natureza («relevo indevido»), contrariando desse modo os limites previstos para a «colocação de produto», enquanto comunicação comercial audiovisual.
- 4.6. Assinala-se, ainda, a eventual narrativa/encenação direcionada para a marca “Panténe” no programa “Big Brother” e respetivos produtos, considerando que parte do programa se desenrola num cenário cujo elemento-chave parece assentar na marca “Panténe” - donde poderá ainda resultar a violação do disposto no n.º 3 do mesmo artigo 41.º-A, equacionando-se ponderar se a inserção de tal marca neste programa não terá influenciado a estruturação dessa emissão (no dia 19 de abril).
- 4.6. Embora o operador tenha respondido à ERC, face às dúvidas suscitadas, considera-se que os esclarecimentos apresentados não permitem justificar a relevância atribuída aos produtos em questão, nos termos acima explanados, no interior dos programas transmitidos no serviço de programas TVI.
- 4.7. Por último, refira-se que não está sujeita a audiência prévia a deliberação que determina a abertura de processo de contraordenação, uma vez que se trata de um ato preliminar. A audiência ou fase de defesa far-se-á no âmbito do procedimento contraordenacional, atendendo, nomeadamente, ao artigo 50.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 26 de outubro, que determina que «não é permitida a aplicação de uma coima ou de uma sanção acessória sem antes se ter assegurado ao arguido a possibilidade de, num prazo razoável, se pronunciar sobre a contraordenação que lhe é imputada e sobre a sanção ou sanções em que incorre.»

5) Deliberação

Analisado o cumprimento pelo serviço de programas TVI das regras relativas à inserção de publicidade e outras comunicações comerciais (artigos 40 e seguintes), referente ao 2.º trimestre de 2024, o Conselho Regulador da ERC delibera instaurar processo de contraordenação contra o operador TVI – Televisão Independente, S.A, ao abrigo do artigo 76.º, n.º 1, alínea a), e do artigo 93.º, n.ºs 1 e 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, e artigo 24.º, n.º 3, alínea b), dos estatutos da ERC, com motivo assente na insuficiência de fundamentação face às ocorrências identificadas, passíveis de configurar infração das regras de inserção de publicidade e comunicações comerciais audiovisuais, designadamente no desrespeito dos n.º 3 a 5 do artigo 41.º-A da LTSAP (colocação de produto), nos programas emitidos pelo serviços de programas TVI “Dois as 10”, “Festa é Festa”, transmitidos no dia 18 de abril de 2024, e “Big Brother”, transmitido a 19 de abril de 2024.

Lisboa, 18 de dezembro de 2024

O Conselho Regulador,

Helena Sousa

Pedro Correia Gonçalves

Telmo Gonçalves

500.10.03/2024/47
EDOC/2024/5715



Carla Martins

Rita Rola

ANEXO I

Colocação de produto – TVI – Semana 16

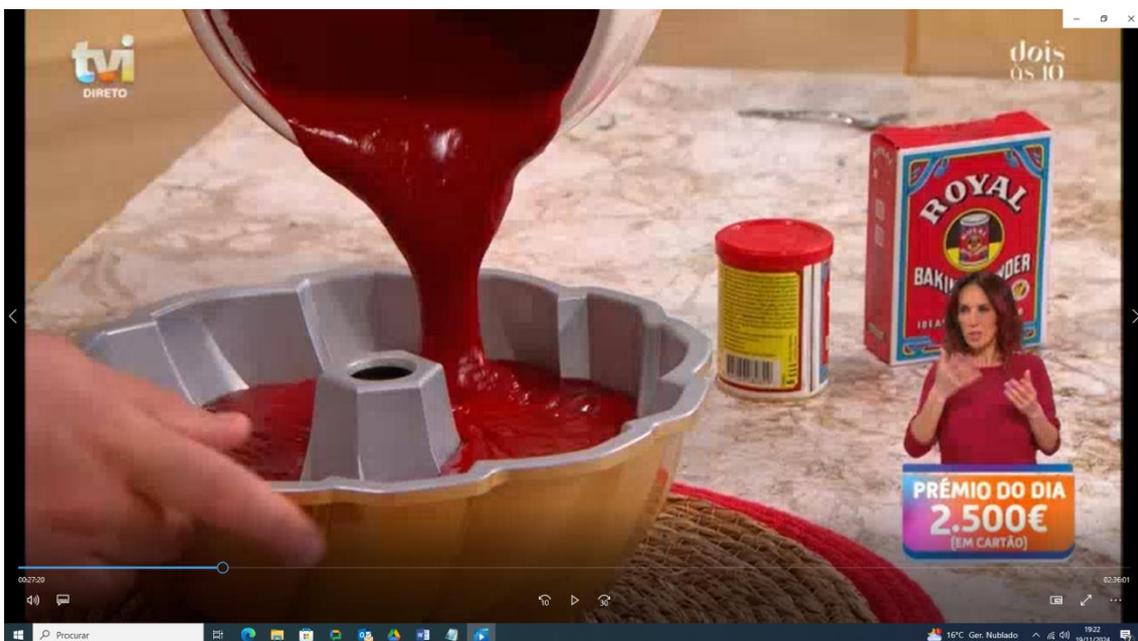
| TVI – ...de 15 a 21 de abril de 2024 (horas de acordo com erc.mog-technologies) | | | | | |
|---|----------------|-------------|----------|-------------------------|---|
| Programas | Tipologia | Hora Início | Hora fim | Colocação de produto | Descrição |
| 18 de Abril | | | | | |
| DOIS ÀS DEZ | ENTRETENIMENTO | 9:54:26 | 12:55:52 | “FERMENTO ROYAL” | Referências: i) visuais (planos destacados); ii) verbais (apresentador) |
| FESTA É FESTA | FICÇÃO | 22:57:18 | 23:41:58 | “PLANO DE SAÚDE AUCHAN” | Referências: i) visuais (planos destacados); ii) verbais (personagem) |
| 19 de Abril | | | | | |
| BIG BROTHER | REALITY SHOW | 19:07:33 | 19:54:50 | “PANTENE” | Referências: i) visuais (planos destacados); ii) verbais(personagem) -cenário do programa alusivo à marca |

ANEXO II

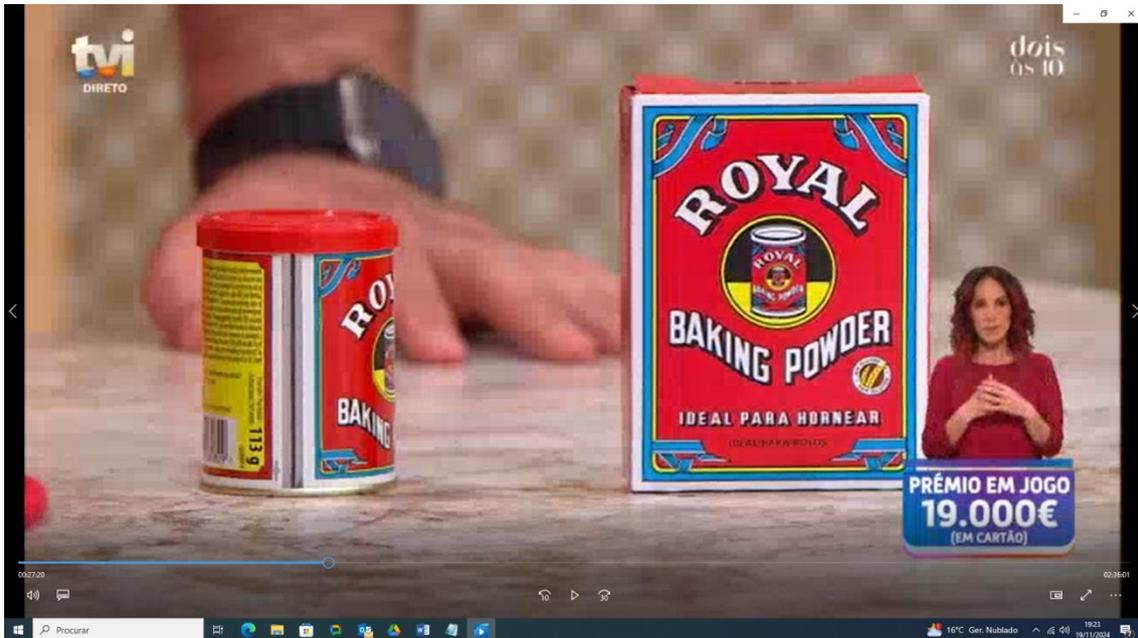
1)



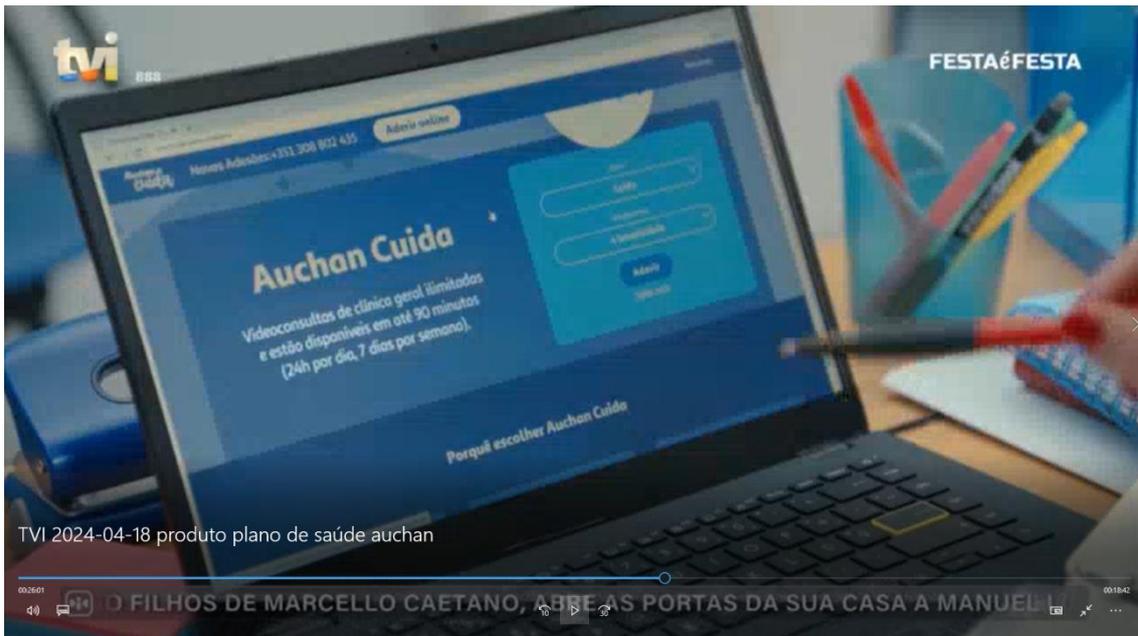
2)



3)

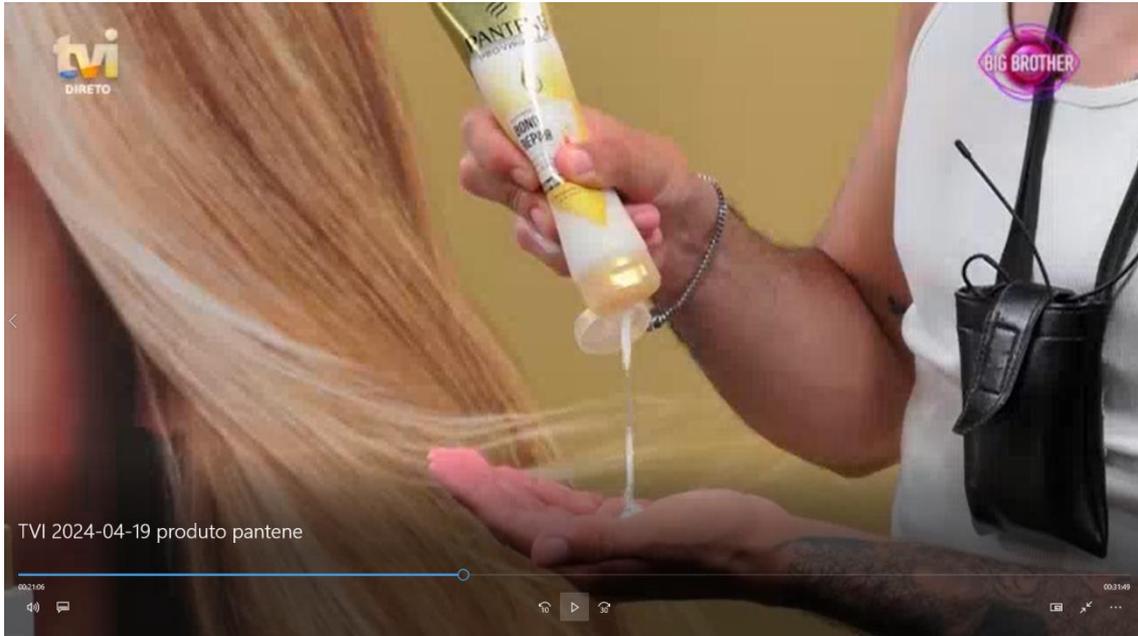


4)

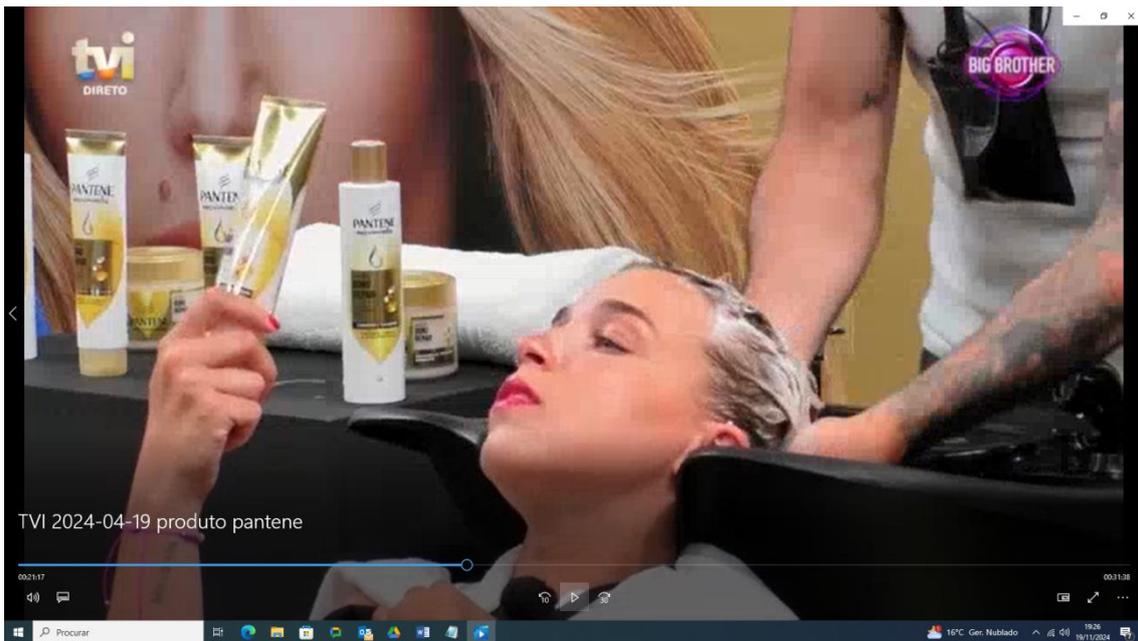


TVI 2024-04-18 produto plano de saúde auchan

5)



6)



500.10.03/2024/47
EDOC/2024/5715

7)

